UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Isi

Judul…….....

Lembar Pernyataan……...i

Lembar Pengesahan…….ii

Kata Pengantar……...iii

Daftar Isi…….iv

Daftar Gambar…….v

Daftar Tabel……vi

Daftar Lampiran……vii

Bab I…….

1.1 Latar Belakang……...9

1.2 Rumusan Masalah……...11

1.3 Pertanyaan Penelitian……...11

1.4 Tujuan Penelitian……11

1.5 Manfaat Penelitian……...12

1.6 Lingkup Penelitian……...12

1.7 Sistematika Penulisan…….12

Bab II……..…14

2.1 Strategi Pemasaran Internasional……14

2.2 Jarak Psikis……...15

2.3 Kerangka Kerja Hofstede……17

` 2.3.1 Jarak Kekuasaan……..17

2.3.2 Penghindaraan Kepastian……17

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.3 Individualisme / Kolektivisme ……18

2.3.4 Maskulinitas / Feminimitas ……19

2.3.5 Orientasi Jangka Panjang/ Jangka Pendek……...…20

2.3.6 Bauran Pemasaran……21

Bab III……...….23

3.1 Desain Penelitian……...…...…23

3.2 Metode Pengumpulan Data……..……24

3.3 Kriteria Penetapan Kualitas Desain Penelitian……25

3.4 Taktik-taktik Uji Kualitas Studi Kasus……26

3.5 Hasil Penelitian Lapangan……...……28

3.6 Metode Menganalisa Data……...……29

3.7 Kerangka Pembuatan Wawancara Mendalam…….……30

3.8 Pedoman Wawancara Mendalam ……...…33

Bab IV……35

4.1 Analisis Internal Perusahaan……..…….35

4.1.1 Kekuatan Perusahaan ……36

4.1.2 Kelemahan Perusahaan……...……36

4.2 Analisis Eksternal Perusahaan……36

4.2.1 Ekonomi……36

4.2.2 Legal……...……...42

4.2.3 Demografi……...……44

4.2.4 Teknologi……...45

4.2.5 Peluang……..46

4.2.6 Ancaman……47

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bab V……..……49

5.1 Data Hasil Wawancara Mendalam……..…49

5.2 Analisis Data……..….75

5.2.1 Analisis Kerangka Jarak Psikis……...……75

5.3 Analisis Strategi Pemasaran Internasional dan Bauran Pemasaran…….81

Bab VI……82

6.1 Kesimpulan …….82

6.2 Keterbatasan Penelitian……...83

6.3 Saran ……...83

Daftar Pustaka……87

Lampiran 1……..…...89

Lampiran 2……..…...94

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Bagan Pemasaran Internasional…….15

Gambar 3.1 Kerangka Jarak Psikis – Jarak Budaya……..30

Gambar 3.2 Kerangka Daya Tarik Pasar Luar Negeri……...31

Gambar 3.3 Kerangka Jarak Psikis – Karakteristik Orang dan Negara……..…32

Gambar 3.4. Kerangka Jarak Psikis – Efektifitas Pemasaran Internasional……...33

Gambar 4.1 Nilai Penjualan PT. XYZ……...….36

Gambar 4.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (2016-2019) dalam persen……37

Gambar 4.3 Pertumbuhan Inflasi (2014-2019) dalam persen…….37

Gambar 4.4 PDB Berdasarkan Lanpangan Usaha (2018-2019) dalam persen……38

Gambar 4.5 Kondisi Ekspor dan Impor Barang dan Jasa Indonesia (2014-2018) dalam persen…….39

Gambar 4.6 Potensi Kontribusi Pitalebar Terhadap Ekonomi…….39

Gambar 4.7 Pembagian Kewenangan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah……42

Gambar 4.8 Pembagian Kewenangan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (2)……..43

Gambar 4.9 Pembagian Kewenangan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (3)……..44

Gambar 4.10 Kerangka Kerja Transformasi Digital……45

Gambar 5.1 Kerangka Jarak Psikis……..74

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Rencana Kerja Kemkominfo 2020 ……9

Tabel. 2.1 Perbedaan antar Jarak Kekuasaan ……17

Tabel. 2.2 Perbedaan antar Penghindaran Ketidakpastian……..……18

Tabel. 2.3 Perbedaan antar Individualisme dan Kolektivisme……19

Tabel. 2.4 Perbedaan antar Maskulinitas / Feminimitas……19

Tabel. 2.5 Perbedaan antar Jangka Panjang / Jangka Pendek……20

Tabel 3.1. Taktik-Taktik Uji Kualitas Studi Kasus……26

Tabel 5.1 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 1……49

Tabel 5.2 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 2……52

Tabel 5.3 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 3……57

Tabel 5.4 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 4……61

Tabel 5.5 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 5……65

Tabel 5.6 Hasil wawancara mendalam berdasarkan Pertanyaan 6……66

Tabel 5.7 Hasil wawancara mendalam dari Pertanyaan 7……..67

Tabel 5.8 Hasil wawancara mendalam dari Pertanyaan 8……68

Tabel 5.9 Hasil wawancara mendalam dari Pertanyaan 9……69

Tabel 5.10 Hasil wawancara mendalam dari Pertanyaan 10……73

Tabel 5.11 Hasil wawancara mendalam dari Pertanyaan 11……74

Tabel 5.12 Kerangka Jarak Budaya……...77

Tabel 5.13 Kerangka Jarak Bisnis……79

Tabel 5.14 Kerangka Kerja Hofstede……80

Tabel 6.1 Lampiran Rekomendasi Strategi Promosi……89

Tabel 6.2 Rekomendasi Strategi Bukti Fisik……90

Tabel 6.3 Strategi Orang……91

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengarush Jarak Psikis Pada Keputusan Strategi Pemasaran Internasional PT. XYZ
DESTRYPA GITE, Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Rekomendasi……89

Lampiran 2 Transkrip Wawancara……..95